

**Tradução e localização de videojogos:
uma experiência em contexto profissional**
(BlueLab – Produções de Audiovisuais)

Catarina Yum

Relatório de Estágio de Mestrado em Tradução
(Especialização em Inglês)

Maio de 2018

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Tradução realizado sob a orientação científica da Prof.^a Doutora Maria Zulmira Castanheira e do Mestre Marco Neves.

TRADUÇÃO E LOCALIZAÇÃO DE VIDEOJOGOS: UMA EXPERIÊNCIA EM CONTEXTO PROFISSIONAL (*BLUELAB – PRODUÇÕES DE AUDIOVISUAIS*)

CATARINA YUM

RESUMO

A indústria dos videojogos e a tradução são dois sectores em constante crescimento e mudança. Este crescimento e as inovações tecnológicas, entre outros fatores, levaram ao nascimento de uma nova área no sector da tradução: a tradução e localização de videojogos. O presente relatório tem como objetivo estudar esta nova área, através, em primeiro lugar, de uma contextualização da tradução de videojogos no âmbito dos Estudos de Tradução e no mercado de tradução e, em segundo lugar, de uma descrição do trabalho realizado durante um estágio na empresa *BlueLab*, com um especial foco nas tipologias dos textos envolvidos, nas questões de adaptação à cultura de chegada e nas ferramentas de tradução utilizadas, bem como na análise de alguns casos concretos de problemas de tradução.

PALAVRAS-CHAVE: tradução, localização, videojogos, ferramentas de tradução, tipologias textuais, adaptação

**VIDEOGAME TRANSLATION AND LOCALIZATION: AN EXPERIENCE IN A
PROFESSIONAL ENVIRONMENT (*BLUELAB – PRODUÇÕES DE AUDIOVISUAIS*)**

CATARINA YUM

ABSTRACT

Videogames and Translation are both ever-growing and ever-changing industries. This growth and change, along with the development of technology, combined with many other elements, led to the emergence of a new field: the translation and localization of videogames. This report aims to study this new field, first through the contextualization of videogame translation within Translation Studies and the translation market, and then, through the description of the work carried out during an internship in a company (*BlueLab*), focusing not only on the textual types, the issues of adaptation to local culture and the CAT tools which were used, but also on the analysis of some specific translation problems.

KEYWORDS: translation, localization, videogames, CAT tools, textual types, adaptation

Índice

1. Objetivos e âmbito do relatório	5
2. O mercado dos videojogos em Portugal e no mundo	7
3. Tradução e localização na indústria dos videojogos	9
4. Estágio na <i>BlueLab</i>	12
4.1. Apresentação da empresa <i>BlueLab</i>	13
4.2. Metodologia de trabalho na empresa e funções específicas	14
5. Estudo de caso	17
5.1. Diferentes estruturas textuais e soluções tradutórias	17
5.2. Adaptação à cultura de chegada	20
5.3. Ferramentas de tradução	26
Conclusão	28
Bibliografia	30
Anexos	32

Glossário

CAT – *Computer-Assisted Translation* (Tradução Assistida por Computador)

memoQ – ferramenta CAT

Trados – ferramenta CAT

MMO – *Massively Multiplayer Online* (Multijogador Massivo *Online*)

RPG – *Role-Playing Game* (Jogo de Interpretação de Papéis)

QA – *Quality Assurance* (Garantia de Qualidade)

Q&A – *Questions and Answers* (Perguntas e Respostas)

AAA/Triplo A – Jogos com maior dimensão em termos de desenvolvimento e de orçamento

App – *Application* (Aplicação para dispositivos móveis)

1. Objetivos e âmbito do relatório

“This ability [translation] is employed not only to transplant to foreign soil the scientific and rhetorical accomplishments of a given tongue, thus enlarging the sphere of their influence; it also enters into business transactions between different individual bodies (...)”

Friedrich Schleiermacher, "On the different methods of translating"

A tradução consiste no ato de reproduzir algo num determinado sistema de signos para outro, criando assim um texto/produto novo que mantém o mesmo significado (ou quase) — consequentemente, permite a disponibilização desse mesmo texto/produto a um público diferente e/ou maior em comparação com o texto/produto original.

Apesar de o estudo do fenómeno tradutório ser já muito antigo, só nos anos setenta do século XX surgiu a disciplina dos Estudos de Tradução, a qual, segundo André Lefevere, se ocupa de “the problems raised by the production and description of translations” (Lefevere 1978). Dentro desta disciplina foram mapeadas várias áreas e ramificações. Segundo a teoria proposta por Holmes e ilustrada por Toury (2012), os Estudos de Tradução dividem-se, primeiramente, em dois grupos: “pure” e “applied”, que por sua vez se subdividem em diversos ramos. Este relatório de estágio insere-se no segundo grupo e mais especificamente na categoria “translator training” (formação de tradutores).

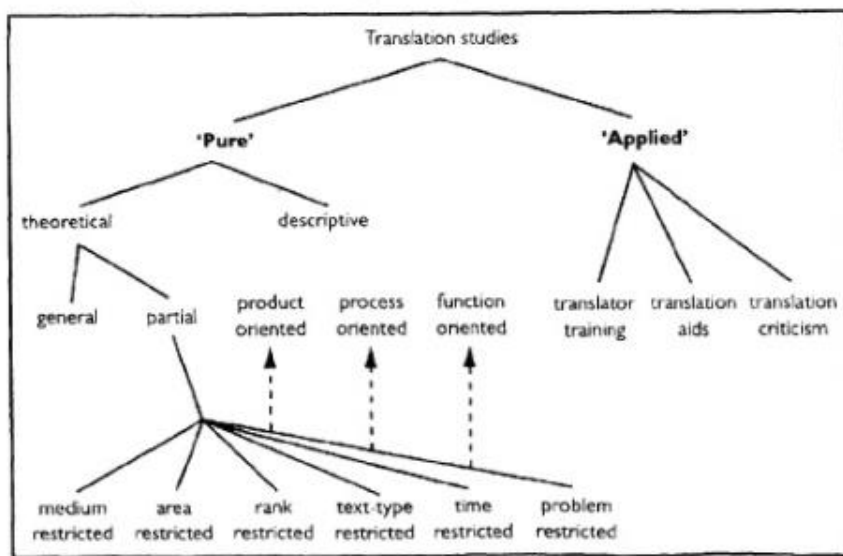


Figura 1 - Mapa dos estudos de tradução de Holmes (Toury 2012)

No âmbito da formação de tradutores, o presente estágio foca-se na localização. A LISA¹, associação que surge com a emergência da localização, define-a como o processo de tornar um produto culturalmente apropriado à cultura de chegada onde este será usado e vendido. Como este processo não se limita aos videojogos, pode concluir-se que a localização existe desde o início da globalização e que, de acordo com Pym, ambas, juntamente com a internacionalização, estão intimamente ligadas (Pym 2004, 30).

Tive a oportunidade de realizar regularmente trabalhos práticos de tradução durante a Licenciatura e a componente letiva do Mestrado, e, finalmente, a tempo inteiro, durante o meu estágio na *BlueLab*.

A *BlueLab* é uma empresa de produção de audiovisuais especializada na localização de conteúdos multimédia. No âmbito desta área, a empresa especializa-se na localização de videojogos. Além dos estúdios de gravação e pós-produção áudio, tem um departamento próprio para a tradução dos conteúdos.

A empresa trabalha em videojogos e conteúdos para várias plataformas, maioritariamente do inglês para o português. Foi neste departamento que desempenhei o cargo de tradutora. O presente relatório incide, pois, sobre essa experiência e aborda questões particulares, como os problemas tradutórios que enfrentei durante o estágio, mas também questões mais gerais: há necessidade de haver tradução na área em análise?

Existem ainda poucos estudos sobre esta matéria em Portugal, uma vez que a tradução de videojogos é uma atividade relativamente recente no nosso país. Considero, assim, que o breve estudo aqui apresentado constitui um contributo para um melhor conhecimento desta área.

O relatório começa por apresentar uma visão geral do mercado, tanto a nível internacional como nacional. Após tal contextualização, segue-se uma apresentação da empresa onde foi feito o estágio, para dar a conhecer uma perspetiva mais íntima dos “bastidores”. Por fim, é feita uma análise prática dos problemas tradutórios específicos através de um estudo de caso baseado em dois dos vários projetos em que participei durante o estágio. Nesse ponto, abordo várias questões, nomeadamente a definição de diversos tipos de estruturas textuais e como, e em que casos, ocorre a adaptação à cultura de chegada, ilustrando-as através de exemplos. Refiro ainda as diferentes ferramentas e *sites* de apoio utilizados.

¹ *Localization Industry Standards Association*.

Como estão em causa vários acordos de confidencialidade (necessários, por exemplo, para a prevenção de fuga de informação antes do lançamento dos conteúdos), foram utilizados diferentes métodos para garantir que estes não fossem quebrados neste relatório. Alguns nomes e logótipos foram retirados e, no que toca ao conteúdo, o texto foi substituído nos casos estritamente necessários. O relatório foi aprovado pelos meus responsáveis na empresa neste ponto particular.

2. O mercado dos videojogos em Portugal e no mundo

“Video games foster the mindset that allows creativity to grow.”

– Nolan Bushnell²

Os videojogos são jogos eletrónicos cuja imagem é transmitida por um ecrã e controlada pelo jogador através de vários meios possíveis (teclado, comando, rato, manípulo eletrónico, etc.) (Sardone, Devlin-Scherer and Martinelli 2008). Surgiram por volta dos anos quarenta e foram resultado de experiências realizadas por informáticos. A história começa com um “jogo do galo” eletrónico, chamado *Bertie the Brain*, desenvolvido por Josef Kates. A sua primeira apresentação ao público foi numa exposição nacional canadiana, onde os participantes jogavam contra uma inteligência artificial (Bateman 2014).

² Frase citada em Jones e Flint (2013, 169).

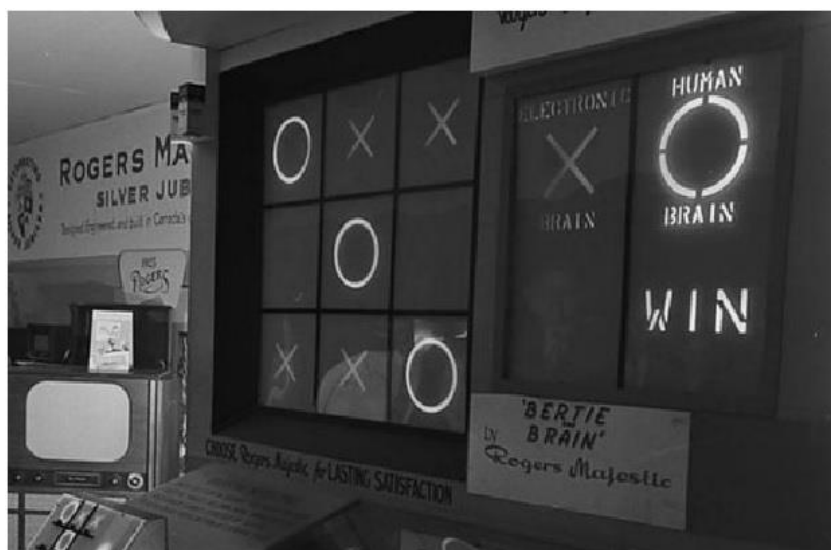


Figura 2 - Bertie the Brain

No entanto, os videojogos só se vieram a popularizar cerca de duas décadas mais tarde, com o surgimento de *arcades*, consolas e jogos de computador. Desde então, tornou-se uma fonte de entretenimento com uma variedade que responde a todo o tipo de procura.

Hoje em dia, as plataformas utilizadas incluem televisões, consolas, computadores e telemóveis. Os géneros de jogo são variados e, além do entretenimento, podem ser utilizados como ferramenta didática (Bernal-Merino 2007) ou até para exercício físico.

Com os avanços da tecnologia, verifica-se uma evolução no suporte em que o jogo é distribuído (cassetes, CD, *chips*, suporte virtual), o que influencia o tipo de lojas que os vendem. Atualmente, um jogo pode ser adquirido não só numa loja física, como também numa loja virtual.

Devido à crescente diversificação, os videojogos têm um público-alvo geral que abrange todas as faixas etárias. Apesar de ser habitual associar videojogos às camadas mais jovens (crianças e adolescentes), as sondagens indicam que esta é uma noção equivocada. Por exemplo, segundo as estatísticas de 2015 da ESA³ (2015), o *gamer* comum norte-americano tem aproximadamente 35 anos. Este perfil reflete-se globalmente, oscilando entre os 25 e os 30 anos de idade (ver figura 3). Importa salientar, no entanto, que a propagação dos jogos em *app* promove a adesão por parte de pessoas fora deste perfil.

³ Entertainment Software Association, dos EUA.

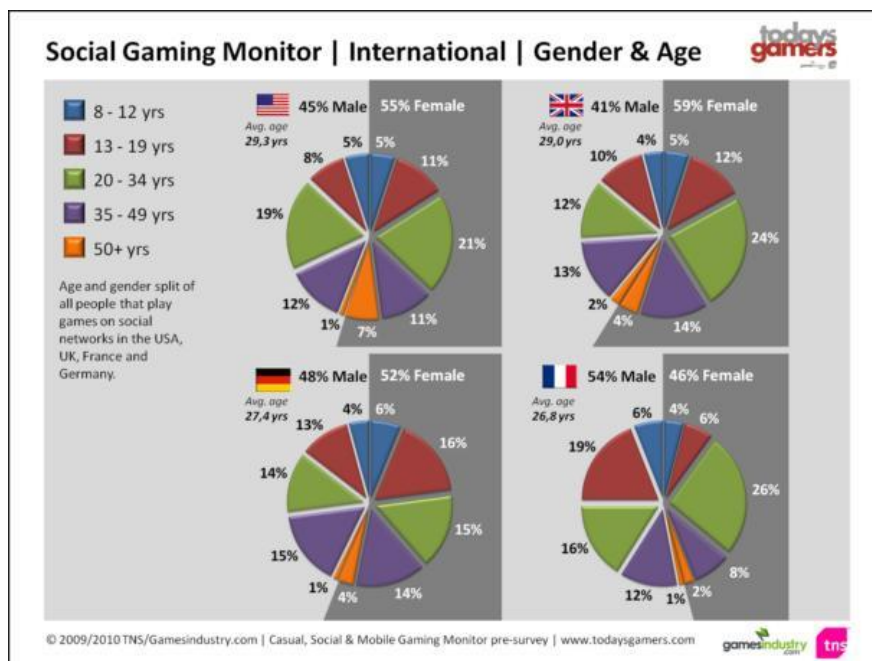


Figura 3 - Extraído de <http://www.iesherpa.com/wp-content/uploads/2010/03/Social.jpg>

Em Portugal, os videojogos constituem um mercado em crescimento. Apesar de haver muitos jogos desenvolvidos e lançados nacionalmente, são na sua maioria jogos casuais em *app*, devido ao escasso financiamento existente. Apesar de não haver estudos concretos sobre a matéria, é de conhecimento geral que o mercado é controlado por jogos estrangeiros.

3. Tradução e localização na indústria dos videojogos

Como qualquer outro tipo de arte e/ou meio de entretenimento (i.e.: cinema, música, literatura, etc.), também os videojogos não conhecem barreiras geográficas. Graças à globalização, desde o seu surgimento os videojogos nunca se limitaram ao país de produção. Apesar de, por vezes, serem distribuídos na língua em que foram produzidos (e assim servirem de veículo de propagação da própria língua, estimulando os jogadores a aprendê-la e a compreendê-la), tal distribuição dos jogos implica, na maior parte dos casos, uma necessidade de localização.

Um dos casos mais marcantes no início da história da localização de videojogos foi o de *Pac-Man*. Desde o próprio nome do jogo até ao nome dos inimigos, *Pac-Man* foi um dos primeiros

jogos que sofreram alterações de modo a adequarem-se à cultura local, neste caso a norte-americana. O nome, que transliterado do original em japonês seria “Puck Man”, foi alterado de forma a evitar que as máquinas de *arcade* fossem vandalizadas através da alteração da letra “P” para a letra “F”.

Desde sempre, a prioridade da localização de videojogos é preservar a jogabilidade do produto de partida e transmiti-la aos jogadores na cultura de chegada (Mangiron and O'Hagan 2006). No entanto, esta abordagem nem sempre é bem recebida. Como acontece com todos os outros tipos de tradução que se submetem ao escrutínio do público geral (com isto, refiro-me, por exemplo, à tradução de romances, filmes, séries televisivas, etc.), também a tradução dos videojogos é alvo de julgamento e crítica.

Uma recente publicação de relevo no meio é *This be book bad translation, video games!*, de Clyde Mandelin e Tony Kuchar, que expõe as más traduções de videojogos do japonês para o inglês nas últimas décadas.

Esta publicação não só visa salientar o carácter humorístico destas traduções do japonês para o inglês, como procura também explicar as razões linguísticas, culturais e também económicas que levaram ao resultado final.



Figura 4 - Poster do videojogo japonês Puck Man (1980)



Figura 5 - Fotografias do livro "This be book bad translation, video games!"

É natural que também em Portugal o público critique as traduções, justificadamente ou não. A natureza das críticas sobre a localização de um videojogo é variada: desde um termo que podia ter sido traduzido de outras maneiras, até à própria voz da personagem (no caso de haver dobragem). É possível encontrar quem não concorde com a tradução de um termo, mas haver também quem não concorde com a não-tradução do mesmo. Como em tudo, é impossível agradar a todos. Muitos se esquecem ainda de que o visual, tendo sido criado para uma língua, dificilmente tem um resultado perfeito na localização para outra língua.

Outras vezes, os próprios jogadores têm conhecimentos de inglês e fazem comparações entre o produto original e o traduzido. Este tema é bastante debatido entre os *gamers*. Será realmente necessária a localização dos videojogos em Portugal? Muitos defendem que a maioria das pessoas tem conhecimentos suficientes de inglês. Outros criticam apenas a dobragem em si e sugerem o uso de legendas. Por exemplo, Ivan Barroso, historiador de videojogos, escreve no *Público*:

Uma das coisas que mais me chateia nos videojogos são as sincronizações ou dobragens para português. [...] Tenho consciência que fui colonizado culturalmente pelo inglês no universo dos videojogos ao longo das décadas. Mas sou igualmente sincero: inglês nem deve, ou deveria ser, considerado língua estrangeira. (Barroso 2014)

É verdade que Portugal é um país que tem uma parte significativa da população com domínio ou bons conhecimentos de inglês. No entanto, há também uma grande parte que não goza da mesma vantagem — daí o mercado da tradução e localização de videojogos estar em crescimento.

Sendo um mercado em crescimento, ainda não há muitas empresas focadas nesta área. Os pedidos de tradução que a *BlueLab* recebe partem de outras empresas de tradução estrangeiras que não trabalham com a tradução para língua portuguesa. São empresas com maiores dimensões que colaboram não só com a *BlueLab* em Portugal, mas também com empresas de vários outros países.

4. Estágio na *BlueLab*

Após os dois semestres de componente letiva que integram o Mestrado em Tradução, Especialização em Inglês, passei à realização da componente não-letiva, onde me foi permitido escolher entre a elaboração de uma dissertação, de um trabalho de projeto ou de um relatório de estágio.

Apesar de já ter trabalhado na área, os trabalhos que realizara até então haviam sido, de certa forma, em regime *freelancer*, mais informal, trabalhando a partir de casa ou colaborando diretamente com outros tradutores. Tal significa que nunca tinha tido experiência de trabalho num ambiente empresarial a tempo inteiro. Sempre tivera em mente optar pelo estágio para aprofundar os meus conhecimentos e obter uma experiência mais real e concreta da metodologia de trabalho de uma empresa com maior dimensão.

Foi graças ao surgimento da possibilidade de trabalhar na *BlueLab*, que ia ao encontro dos meus interesses académicos e pessoais, que concretizei este objetivo.

Após envio da minha candidatura à vaga para a função de tradutor(a), fui contactada para realizar um teste de forma a avaliarem o meu desempenho e fui aceite para o cargo.

Durante o estágio na *BlueLab*, participei em vários projetos de tradução, em maior ou menor escala. Todos esses projetos consistiram na tradução de videojogos e de conteúdos com estes relacionados. No entanto, variaram bastante entre si, no que toca à plataforma (dispositivos móveis, computador, consola, etc.), ao género do jogo (ação, aventura, *RPG*⁴, estratégia, etc.) e ao teor/objetivo do documento em si.

Como já foi referido, este relatório focar-se-á no processo de tradução de dois projetos específicos, escolhidos entre aqueles em que participei. Tais projetos serão doravante referidos por STRATEGY e SURVIVAL (nomes atribuídos por mim para preservar a confidencialidade dos mesmos).

⁴ Um *RPG* (*Role-Playing Game*) é um jogo de interpretação de papéis.

4.1. Apresentação da empresa *BlueLab*

A *BlueLab* é uma empresa de produção de audiovisuais localizada em Lisboa, fundada por Ana Cristina Martins, Sílvio Macedo e Francisco Salema, que trabalharam juntos no estúdio de som onde começaram as suas carreiras. No início de 2004, decidem criar o seu próprio estúdio de audiovisuais, com o objetivo de oferecer serviços variados e de fazer a diferença ao nível da qualidade do produto final. Foi assim que surgiu a *BlueLab*.

Em 2006, surge a oportunidade de se especializarem na localização de conteúdos, principalmente de videojogos, e nasce a ideia de incluir um departamento de tradução na empresa, de forma a oferecer todos os serviços de forma integrada: tradução, revisão, adaptação, gravação e pós-produção. Ao integrar estes serviços, a *BlueLab* passou a controlar todas as etapas do processo de localização, conseguindo garantir a excelência a todos os níveis e obter um resultado de elevada qualidade.

Atualmente, a *BlueLab* divide-se em dois departamentos: o departamento de áudio, constituído pelos estúdios de gravação, onde trabalham os técnicos de som e onde os atores de voz fazem as gravações, e o departamento de tradução, onde trabalham tanto os tradutores como os revisores. De forma a manter o grau de qualidade dos seus serviços, a *BlueLab* investe não só na contratação de tradutores qualificados, como aposta também na sua formação contínua *in-house*.

O escritório dispõe ainda de consolas e videojogos (tanto em inglês como em português e também outras línguas). Os funcionários são incentivados a jogar, no caso de já terem terminado o seu trabalho, com o intuito de se familiarizarem com as mecânicas e linguagem dos jogos.

A *BlueLab* procura oferecer um bom ambiente de trabalho aos seus funcionários, acreditando que um funcionário satisfeito será mais produtivo e mais motivado, desempenhando o seu trabalho de forma a tornar-se imprescindível à empresa e fazer assim a diferença no crescimento contínuo da *BlueLab*.

4.2. Metodologia de trabalho na empresa e funções específicas

A *BlueLab* colabora com várias empresas e aceita diferentes projetos; a metodologia varia de acordo com o projeto em questão.

O departamento de tradução da empresa é composto por quatro tradutores e quatro revisores, com alternância de funções dependendo dos projetos. Durante os dois meses do meu estágio na *BlueLab*, exerci o cargo de tradutora e pude aprofundar os meus conhecimentos através de uma experiência mais estruturada no mercado profissional.

A *BlueLab* disponibiliza aos seus funcionários computadores já com todos os programas necessários instalados e as devidas licenças. São computadores portáteis (complementados com ecrãs externos para uma maior superfície visual, facilitando o processo de tradução, uma vez que o mesmo exige várias janelas abertas em simultâneo para pesquisas e procura de referências). Podemos levar o computador para casa se a carga de trabalho assim o exigir.

As ferramentas de tradução utilizadas na empresa são o *memoQ* e o *Trados*, sendo muito mais utilizada a primeira. Em certos projetos, traduzimos também diretamente no ficheiro de partida, em formato *Excel* ou *Word*. Nos casos em que a tradução não é feita diretamente em ficheiro *Word*, procede-se posteriormente à exportação para este formato, de modo a utilizar o *spellcheck*.

Na empresa, utiliza-se também o *Slack*, uma ferramenta de comunicação que facilita o diálogo entre os tradutores e os revisores. Os canais estão organizados por jogos, onde há

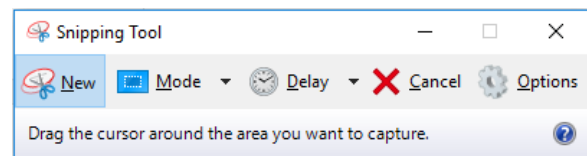


Figura 6

frequentemente debate e troca de opiniões e sugestões. Para tirar capturas de ecrã rápidas e apresentar questões mais facilmente, é utilizado o *Snipping Tool*.

Os tradutores que trabalham na empresa há mais tempo estão encarregados de gerir os diferentes projetos, sendo, portanto, responsabilidade deles aceitar os pedidos de tradução recebidos, confirmar códigos de transação, comunicar com os clientes, etc. No entanto, a distribuição da carga de trabalho por todos tende a ser homogênea. Como forma de o certificar, a equipa tem uma folha de cálculo *online* em *Excel*, um género de horário ou calendário, organizado por meses e dias, que mostra as tarefas diárias de cada tradutor e revisor, descrevendo o número de palavras a traduzir ou rever, horas de trabalho e datas de entrega.

por traduzir) diários. Nestes projetos, é fundamental a consulta constante da memória da tradução de forma a não haver inconsistências nos termos do jogo.

Nestes *batches* diários, está também muito presente o *marketing*: há várias promoções relacionadas com feriados nacionais (dos países de onde são originários os jogos) e internacionais. Nestes textos de teor publicitário, é muito importante a localização. De forma a apelar ao jogador (e/ou cliente), os textos apresentam trocadilhos e jogos de palavras. É função do tradutor encontrar uma adaptação que faça sentido ao público local.

Além das atualizações diárias, tive a oportunidade de participar em dois jogos AAA⁵. Ao contrário das atualizações diárias, que exigiam apenas a tradução do texto, estes jogos passavam depois para a fase da gravação do áudio dos segmentos de diálogo. Estes jogos têm, portanto, não só “on-screen text” (descrições de objetos, de ações, textos de contextualização, etc.) como também textos de diálogo.

Os tradutores são incentivados a assistir às gravações para que tenham uma noção mais precisa do resultado na oralidade. É fundamental respeitar as durações das falas do texto de partida, tal como acontece em qualquer outro tipo de dobragem, devido aos gráficos do jogo. A duração da fala tem de corresponder à duração dos movimentos da boca. Por vezes, durante a gravação, os próprios diretores de voz alteram as traduções de forma a respeitar os movimentos da boca, para eliminar o máximo possível de estranheza. Por exemplo, se o movimento da boca da personagem for visivelmente um “O” aberto, tenta-se adaptar a tradução de forma a que o som emitido naquele momento seja correspondente. Aqui, percebe-se que é essencial facilitar o entendimento ao jogador/ouvinte. O locutor deve ser o mais claro possível e se a fala traduzida não o permitir, altera-se (se possível, claro). Importa ainda salientar que a dobragem não engloba apenas o texto. Abrange também não só interjeições como respirações (diferenciando-se ainda as inspirações e expirações), risos, gritos, grunhidos, etc.

⁵ São considerados AAA os jogos com maior dimensão em termos de desenvolvimento e de orçamento.

5. Estudo de caso

Para ilustrar a minha experiência no estágio, selecionei dois projetos para servirem de exemplo.

O STRATEGY é uma aplicação para dispositivos móveis. Baseia-se numa saga popular para consolas que existe desde os anos oitenta. No entanto, nada tem que ver, em termos de estrutura e género, com o jogo original, empregando apenas o seu universo. Sendo assim, vai buscar ao *core-game* nomes de personagens, locais, monstros, eventos, etc.

Importa ainda salientar que, caso o *core-game* tivesse tradução oficial para português, teríamos de seguir a sua terminologia. No entanto, não é o caso.

Trata-se de um jogo de estratégia, um MMO⁶ em mundo aberto, onde o jogador pode jogar na pele de várias personagens (as mesmas do jogo original). Os jogadores podem explorar o universo infinito do jogo, caçar tesouros, derrotar monstros e conhecer outros jogadores do mundo inteiro.

O SURVIVAL é um jogo AAA, um RPG onde o jogador interpreta a personagem principal num mundo pós-apocalíptico. Ao contrário do STRATEGY, este jogo tem uma história e uma missão linear.

Os dois jogos são, portanto, bastante divergentes, tanto em termos de estrutura como também em termos de conteúdo, género, arte gráfica, etc., tendo-os escolhido particularmente por essa razão. Esta secção do relatório focar-se-á no processo de tradução destes dois projetos em concreto, escolhidos entre os que contaram com a minha participação.

5.1. Diferentes estruturas textuais e soluções tradutórias

Um jogo envolve estruturas textuais diferentes. Miguel Á. Bernal-Merino (2007) dividiu em oito tipos as que figuram geralmente em jogos de computador, sendo estes o manual de instruções do jogo, a embalagem que o contém, o ficheiro *readme* (“lê-me”), o *site* oficial do jogo,

⁶ Um MMO é um jogo multijogador massivo *online*.

o diálogo para dobragem, o diálogo para legendagem, *UI (user interface)* e a arte gráfica textual. No entanto, há muitos tipos de jogos diferentes e as estruturas textuais neles presentes variam também consoante o tipo de jogo.

Aqui, irei descrever algumas das estruturas diferentes com que me deparei, que não correspondem exatamente às estruturas identificadas por Bernal-Merino.

No caso do STRATEGY, divido em dois os tipos textuais, de acordo com o fim destes textos: os *in-game*, que consistiam em textos do jogo em si, concretamente nomes e descrições de itens, aptidões e habilidades, funcionalidades, edifícios, monstros, etc.; e os *mkt*, textos de *marketing* a anunciar e a descrever o que havia de novo.

No caso do SURVIVAL, visto ter participado apenas na fase inicial do projeto, os textos por traduzir que recebi correspondiam apenas ao diálogo para dobragem, um dos tipos textuais definidos por Bernal-Merino.

As atualizações do STRATEGY constituíam uma grande parte da minha carga de trabalho na *BlueLab*. A tradução do jogo em si já tinha sido feita pela própria empresa, anteriormente à minha entrada, e, desta forma, os *batches* diários que recebíamos eram atualizações do jogo.

Estas atualizações incluíam, portanto, eventos especiais, novas personagens, novos inimigos, novos itens de jogo, etc.

A tradução era feita no *memoQ* (ou diretamente em *Excel*, nas raras vezes em que o servidor estava em baixo), com constante consulta da memória de tradução. Depois, passávamos pelo *QA* do *memoQ* para garantir que tudo estava em ordem. Era necessário ignorar os “falsos positivos”, ou seja, erros falsos que o *QA* deteta, por exemplo, quando um termo já consta no glossário com uma tradução que não se adequa ao caso em concreto.

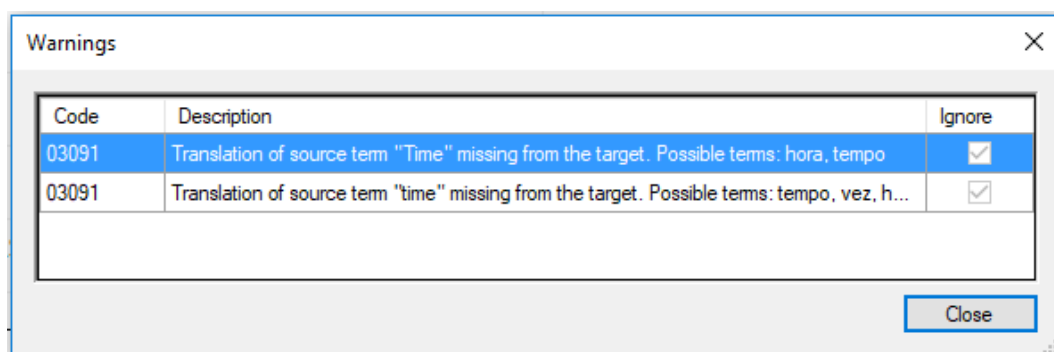


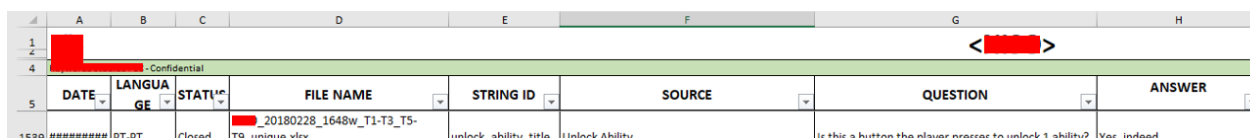
Figura 8

O *QA* do *memoQ* é, ainda, uma grande ajuda, por exemplo, na detecção dos espaços a mais nos finais das frases, que não são facilmente visíveis, palavras esquecidas e/ou números trocados por engano, entre outros lapsos.

De seguida, copiamos o texto para *Word*, para o *spellcheck* identificar os erros ortográficos e sintáticos. No entanto, estas ferramentas não são perfeitas e não identificam todos os erros existentes, pelo que temos sempre a obrigação de ter muito cuidado e atenção.

Finalizada esta fase, o ficheiro passa para a revisão. O tradutor deve ver sempre a revisão de forma a anotar os seus erros, para não voltar a cometê-los. Há casos em que o próprio tradutor encontra erros na revisão, ou então tem razões específicas para ter traduzido um termo de uma certa forma que foi alterada pelo revisor. Por outras palavras, discorda da revisão. Nesses casos, o tradutor comunica com o revisor e acordam uma solução.

O projeto tinha também um *query log*, uma folha de cálculo *online* onde os tradutores de todas as línguas colocavam ao cliente questões que surgiam em relação ao texto a traduzir. Estas questões derivavam do carácter ambíguo do texto (*rose*, a flor ou a cor?), de novos termos que pudessem precisar de mais contexto ou mesmo de erros no texto original.



DATE	LANGUAGE	STATUS	FILE NAME	STRING ID	SOURCE	QUESTION	ANSWER
1539 #####	PT-PT	Closed	T9_unique.xlsx	unlock_ability_title	Unlock Ability	Is this a button the player presses to unlock 1 ability?	Yes, indeed.

Figura 9

O SURVIVAL, ao contrário do STRATEGY, correspondia melhor às categorias definidas por Bernal-Merino. É um jogo que terá formato físico e, sendo assim, virá a ter todas as estruturas delineadas pelo autor.

Numa primeira fase, recebemos, de acordo com esta definição de estruturas, o texto dos diálogos para dobragem. Consistiam apenas no guião dos diálogos das *cutscenes*⁷ do jogo. Com este texto vieram também os vídeos das cenas, o que é uma grande ajuda para desfazer a ambiguidade de certos termos.

Em termos de metodologia, ambos os projetos seguiram essencialmente a mesma: tradução no *memoQ*, *QA*, *spellcheck* do *Word*, e, por fim, revisão. Na fase de tradução do diálogo do jogo,

⁷ *Cutscenes* são sequências cinematográficas, interativas ou não, que interrompem a jogabilidade e servem para complementar o enredo, mostrando conversas entre personagens, memórias, eventos, etc.

visto ser texto informal, não há tanta necessidade de consulta da memória de tradução. Criou-se, no entanto, um glossário com os termos mais recorrentes (nomes de criaturas, nomes de locais, etc.), de forma a evitar divergências na tradução.

Ao contrário do STRATEGY, o texto traduzido passou, depois, para a fase da dobragem. Tal como já foi referido anteriormente, os tradutores são incentivados a assistir às sessões de gravação, se possível. Como em alguns dos dias de gravação a minha carga de trabalho não era elevada, tive a oportunidade de o fazer. Isto dá, de facto, uma perspetiva que é útil no processo de tradução, nomeadamente em relação à dimensão do texto, que deve corresponder ao original.

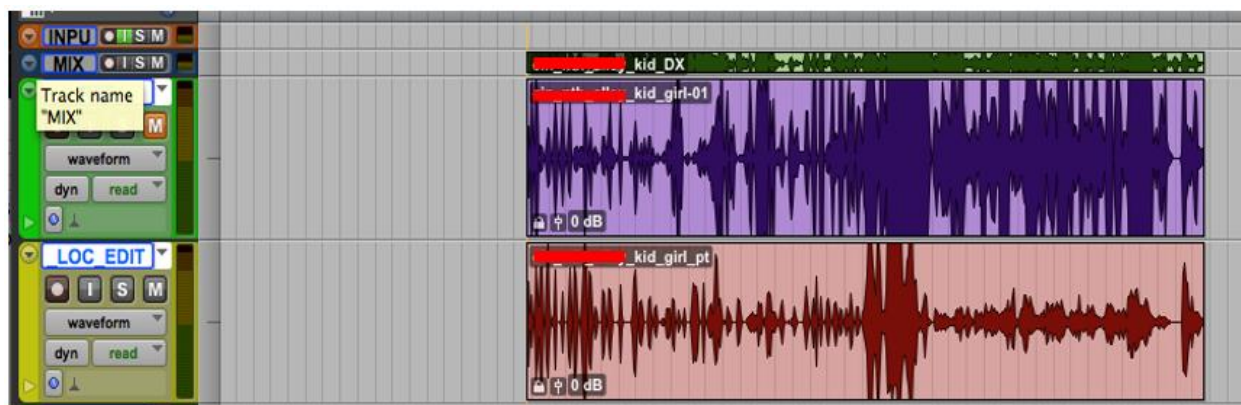


Figura 10

Acima está uma imagem retirada do programa *Pro Tools*, onde podemos ver, a roxo, as ondas sonoras da gravação original em inglês e, a vermelho, as ondas sonoras da gravação da tradução em português. Importa salientar que, por vezes, o áudio em inglês não está totalmente em sintonia com a imagem, pelo que o mais indicado é orientar a tradução pela imagem.

Ao assistir às sessões de gravação, percebemos o resultado final da tradução e passamos a ter em atenção certas questões da oralidade. Por exemplo, num caso em que traduzimos *deer* por “cervo”, conviria encontrar um termo alternativo, pois oralmente pode ser confundido com “servo”.

5.2. Adaptação à cultura de chegada

Como em muitos outros ramos da tradução, a adaptação à cultura de chegada é a essência da localização de videojogos. Especialmente nos textos que implicam uma narrativa, é importante

erradicar a estrangeirização para que o público não se sinta distante do ambiente. Nos jogos onde a imersão completa do jogador na obra contribui significativamente para uma melhor experiência de jogo, a fluidez entre todos os elementos é essencial.

Anton Popovič (1976) distingue quatro tipos de equivalência na tradução: equivalência linguística, equivalência pragmática, equivalência estilística e equivalência textual. Opera, então, aqui a equivalência estilística, que diz respeito aos casos onde se verifica “functional equivalence of elements in both original and translation aiming at an expressive identity with an invariant of identical meaning” (Popovič 1976), uma vez que estamos a traduzir a experiência como um todo. Para tal, é necessário ter em conta o impacto que os termos terão.

Começando por fazer referência aos jogos que têm eventos especiais em dias especiais, muitos dos textos de promoção são alusivos às datas festivas.

No STRATEGY, por exemplo, alguns dos eventos especiais estavam relacionados com a história do jogo original. No entanto, a maioria era alusiva a feriados ou datas festivas internacionais (Dia dos Namorados, Natal, Ano Novo, etc.), dos EUA (Dia de Ação de Graças, Dia de São Patrício, *Memorial Day*, etc.) ou do Japão, de onde a saga é originária (Festival das Bonecas, Dia do Gato, *Otsukimi*, etc.).

Temos de começar por ver se estas datas fazem sentido no contexto local. Pegando em concreto no evento especial do *Memorial Day*, um feriado nacional americano, a própria empresa de tradução que comissiona a tradução à *BlueLab* chama a atenção para a relevância do feriado em contexto local e oferece nomes alternativos para o evento. Visto que era uma ocorrência pontual e o termo só constava em frases publicitárias, não havendo itens nem outros eventos relacionados, foi possível optar pelo nome alternativo (“Dia do Amigo da Guilda”, alusivo às guildas no jogo), uma vez que *Memorial Day* não é um feriado de conhecimento geral em Portugal.


Source	Target	Meta-information
MEMORIAL DAY SECRET SALE	PROMOÇÃO SECRETA DO DIA DO AMIGO DA GUILDA	 in-game_EN_PT Modified 1/16/2018 4:22 PM (BlueLab_REV) Doc 20180115_3411w_T1-T3_T5-T9_unique.xlsx

Figura 11

Para estes casos, esta empresa parceira tem um documento *online* com uma lista de todos os feriados, oferecendo nomes alternativos para os mesmos. Este documento é partilhado com os tradutores de todas as línguas, que o preenchem com as respetivas traduções e, no caso de usarem

um termo divergente ou invulgar, inserem ainda uma *back translation*⁸. Por exemplo, para “April Fool’s Day”, na coluna para português colocámos “Dia das Mentiras” e na coluna de *back translation* colocámos “Day of Lies”.

Numa outra ocasião, surgiu um evento relacionado com o Dia de Ação de Graças, um feriado americano. No entanto, devido à dimensão e importância deste feriado, e porque havia mais questões envolvidas em termos de conteúdo no jogo, manteve-se o feriado e não foi localizado. Devido à influência da cultura americana através de filmes e séries (e não só), são poucos os portugueses que não sabem o que é o Dia de Ação de Graças — tal facto explica haver uma tradução habitual para o nome do feriado.

Outra questão a salientar é o facto de o evento ter itens especiais alusivos às refeições do feriado. Apesar de “molho de arando” ser um *trademark* essencial das grandes refeições americanas, é algo que não faz muito sentido localmente. Sendo assim, o melhor seria localizar e usar, por exemplo, “doce de abóbora”, um doce mais comum nas refeições portuguesas. No entanto, o item estava associado a uma ilustração (ver figura 12), pelo que foi necessário respeitar os visuais e oferecer um termo correspondente.

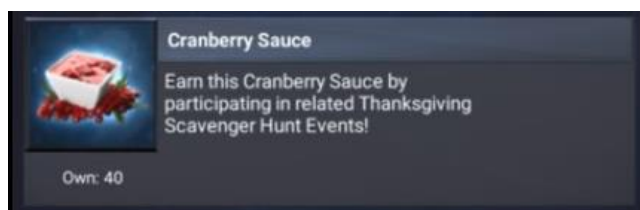


Figura 12 - Item do jogo do STRATEGY

O mesmo ocorreu na tradução de um segmento no SURVIVAL. O termo “*play catch*”, que significa, literalmente, “brincar a apanhar (bolas)”, foi localizado para “brincar à apanhada”. No entanto, durante a fase de revisão, chamou-se a atenção para o facto de poder ser alusivo a um item (bola ou luva de basebol) que apareceria no jogo posteriormente. Portanto, apesar de “brincar à apanhada” ser mais comum em Portugal, foi necessário manter a fidelidade ao texto original. Sendo assim, é fundamental ter sempre em mente todos os envolventes que um termo implica, se tem influência direta no *gameplay*, visto não se tratar simplesmente de tradução de texto.

No que toca à tradução dos nomes de locais, é importante ter em conta se são fictícios ou reais e se os nomes têm traduções habituais em português ou não (ou seja, se existe um exónimo português para esse local). No caso de nomes de locais serem recorrentes num ficheiro, há que manter a coerência da solução escolhida.

⁸ A *back translation* consiste na “retradução” de um termo traduzido para a língua de origem. Este processo tem como objetivo a comparação das traduções.

Outra questão a ter em conta são os direitos de autor. Certos termos, frases ou expressões têm direitos de autor, pelo que não os podemos utilizar livremente.

A tradução do humor é um tema muito discutido, talvez por ser apelativo e por todos reconhecerem a dificuldade que acarreta. Escusado é dizer que o humor se manifesta de formas diferentes em culturas diferentes. Sendo assim, nem sempre (ou raramente) é fácil encontrar um equivalente. Talvez tenha sido na tradução das piadas e trocadilhos que tenha investido mais tempo durante a tradução do STRATEGY. Recorri muitas vezes a sugestões de colegas.

Source	Target	Meta-information
Put In Wark!	Faz valer a "pena"!	in-game_EN_PT Modified 1/16/2018 4:31 PM (Bluelab_REV) Doc [redacted]_20180115_3411w_T1-T3_T5-T9_unique.xlsx
WARK, WARK WARK IT UP!	GRÃO A GRÃO, ENCHE O monstro O PAPO!	in-game_EN_PT Modified 1/16/2018 4:30 PM (Bluelab_REV) Doc [redacted]_20180115_3411w_T1-T3_T5-T9_unique.xlsx

Figura 13 (STRATEGY)

No exemplo acima, vemos o trocadilho feito em inglês com o som que uma das criaturas (“monstro”), que é uma ave, faz: “wark”. Em português, tentámos manter o tom divertido sem perder esta referência.

Este tipo de dificuldade — encontrar um equivalente na língua de chegada — não esteve presente só na tradução do humor. Por exemplo, nos eventos de Natal onde havia letras de canções, foi necessária a pesquisa das letras o mais canonizadas possível em português. Noutros casos, procurou-se um equivalente.

Por exemplo:

Source	Target	Meta-information
The Deck the Halls Event is almost over!	O evento Toca o Sino está quase a terminar!	in-game_EN_PT Modified 12/20/2017 11:11 AM (Bluelab_REV) Doc [redacted]_20171218_796w_T1-T3_T5-T9.xlsx
The Deck the Halls Event is ON!	O evento Toca o Sino começou!	in-game_EN_PT Modified 12/20/2017 11:10 AM (Bluelab_REV) Doc [redacted]_20171218_796w_T1-T3_T5-T9.xlsx

Figura 14 (STRATEGY)

Enquanto, em inglês, *Deck the Halls* é o nome de uma música de Natal, ao fazer uma tradução literal, perdia-se o sentido. Sendo assim, procurou-se o nome de uma música de Natal portuguesa que se adequasse ao contexto: *Toca o Sino*.

Já no SURVIVAL, o maior desafio da tradução consistiu maioritariamente na passagem da linguagem informal norte-americana para a linguagem informal portuguesa.




Source	Target	Meta-information
Yeah -- leave it my ass.	Pois... Deixa lá o caracas.	  _EN_PT Modified 1/29/2018 9:16 AM (Bluelab_REV) Doc  01 12-22-2017 10-3-27_MemoQ_Part1.xlsx

Figura 15 (SURVIVAL)

Uma vez que este jogo é um *RPG* e narra uma história, há muita comunicação e interação humana. Os diálogos (e monólogos) são frequentes e é importante ter em conta que existem personagens variadas, que não só têm formas de falar diferentes e usam vocabulário e expressões diferentes, como podem variar na maneira de falar consoante o interlocutor. Sendo assim, mesmo que em inglês possam usar as mesmas palavras, devemos fazer um esforço para variar o registo na língua de chegada.




Source	Target	Meta-information
Shit. I -- I'm sorry, <u>man</u> .	Merda. Eu... lamento, <u>mano</u> .	  _EN_PT Modified 1/29/2018 9:16 AM (Bluelab_REV) Doc  01 12-22-2017 10-3-27_MemoQ_Part1.xlsx

Figura 16 (SURVIVAL)



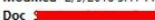
Source	Target	Meta-information
Sorry, <u>man</u> . There's only a little left.	Desculpa, <u>meu</u> . Só tem um bocadinho.	  _EN_PT Modified 2/9/2018 3:17 PM (Bluelab_REV) Doc  01 1-24-2018 12-3-32 pt.xlsx

Figura 17 (SURVIVAL)

Esta questão está também presente no STRATEGY, onde certos textos são mensagens de personagens específicas cujo nível de formalidade varia. Há ainda jogos sobre outras épocas, em que a linguagem é mais arcaica e devemos ter o cuidado de não utilizar expressões demasiado “modernas”. Temos ainda o caso de jogos para crianças, em que devemos usar um vocabulário mais simples. Estes aspetos podem ser menos evidentes no inglês, por vezes, pelo que durante a tradução é fundamental ter sempre estes aspetos em atenção e não se seguir completamente o texto de partida, devendo prevalecer sempre o mais adequado ao produto final na língua de chegada.

A maior dificuldade durante a tradução do SURVIVAL foi encontrada no *batch 2*. Este *batch* consistiu maioritariamente em diálogos entre figurantes, para servir de ambiente, podendo ou não ter grande relevância na jogabilidade. As instruções da mecânica das falas deste *batch* não eram claras, pelo que se chegou internamente à conclusão de que, pegando como exemplo a tabela abaixo, “_01” teria como resposta “r_01” e “_02” teria como resposta “r_02”, seguindo o resto das falas o mesmo sistema (em princípio).

Character	Unique Name	Source Text	Portuguese
■_f02	■_f02_checking_supplies_command_01	texttexttext	textotextotexto
■_f02	■_f02_checking_supplies_command_02	texttexttext	textotextotexto
■_f02	■_f02_checking_supplies_command_r_01	texttexttext	textotextotexto
■_f02	■_f02_checking_supplies_command_r_02	texttexttext	textotextotexto
■_f02	■_f02_checking_supplies_cook_01	I hope they're planning another supply run.	Espero que façam outra recolha de provisões.

Figura 18 (SURVIVAL)

Quando estávamos já a finalizar a tradução deste *batch*, fomos informados de que esta ideia estava incorreta. As perguntas e as respostas estavam, de certa forma, agrupadas, e os constituintes do grupo podiam intercalar e conjugar-se entre si.

Lines				Replies		
Scene	Character	Source	Portuguese	Character	Source	Portuguese
supplies_command_02	■_f02	I know him, let him in.	Eu conheço-o, deixa-o entrar.	■_f02	They're just reusing the bottle, dumbass.	Estão só a reutilizar a garrafa, idiota.
supplies_command_02	■_f04	Whoa, they got some good shit in here, some fine liquor.	Uau, têm aqui umas merdas boas, uns belos licores.	■_f04	Don't you see the hand written label? That's cleaning fluid.	Não vês o rótulo escrito à mão? É produto de limpeza.
supplies_command_02	■_f06	What the hell? Where'd they find this?	Mas que raio? Onde é que encontraram isto?	■_f06	I think they reuse the bottles. Check the label. I bet you'll find a note on it.	Acho que reutilizam as garrafas. Vê o rótulo. Deves encontrar lá uma nota.
supplies_command_02	■_f08	Is -- is that cranberry juice? Now all I need is some vodka.	Isso... Isso é sumo de arando? Agora só me falta a vodka.	■_f08	Don't get excited. It's just water.	Não te entusiasmes. É só água.

Figura 19 (SURVIVAL)

Por exemplo, na tabela acima (elaborada pelo revisor de forma a ter uma visão mais clara das possíveis conjugações), qualquer uma das respostas pode corresponder a qualquer uma das primeiras frases. Isto levou a que o revisor tivesse de fazer uma nova revisão e traduzir as respostas de forma mais ambígua para que pudessem corresponder a qualquer umas das primeiras frases. Por exemplo, foi necessário mudar “Passa-ma [a garrafa].” para “Passa-me isso.” Evidentemente, isto apresenta problemas tradutórios em línguas que obrigam a seleção de género. Tal já se manifestava durante a tradução, quando grande parte das *queries* para o cliente eram relativas ao sexo e ao número das pessoas, tanto oradores como recetores. Sendo que o *query log* era *online* e destinado a várias línguas, foi possível ver que os outros tradutores tinham as mesmas dúvidas, principalmente os tradutores de línguas que fazem distinção de género nos nomes comuns.

5.3. Ferramentas de tradução

Como já foi mencionado anteriormente, a empresa trabalha principalmente com o *memoQ* e ocasionalmente com o *Trados* (apesar de pessoalmente nunca me ter deparado com o caso). Por vezes, a pedido dos clientes, as traduções eram feitas diretamente no ficheiro *Excel*.

De seguida, a tradução é colocada no *Word* de forma a utilizar o seu *spellcheck* e corrigir eventuais erros. Em certos casos em que os textos tinham códigos HTML⁹, usava-se o *Notepad++* para converter o ficheiro e verificar que os códigos estavam todos corretos, evitando eventuais erros de formatação no resultado final.

Como os clientes e projetos eram, por norma, habituais, tínhamos sempre ao nosso dispor a memória de tradução, já implementada no próprio servidor, onde é fundamental pesquisar os termos, não só para facilitar a tradução, mas também para haver coerência.

Por vezes, o programa também sugeria automaticamente a tradução, visto haver segmentos com uma alta percentagem de correspondência. Nestes casos, era preciso ter muita atenção, mesmo se a percentagem de correspondência fosse 101%, pois a tradução pode tornar-se inadequada quando o contexto muda.

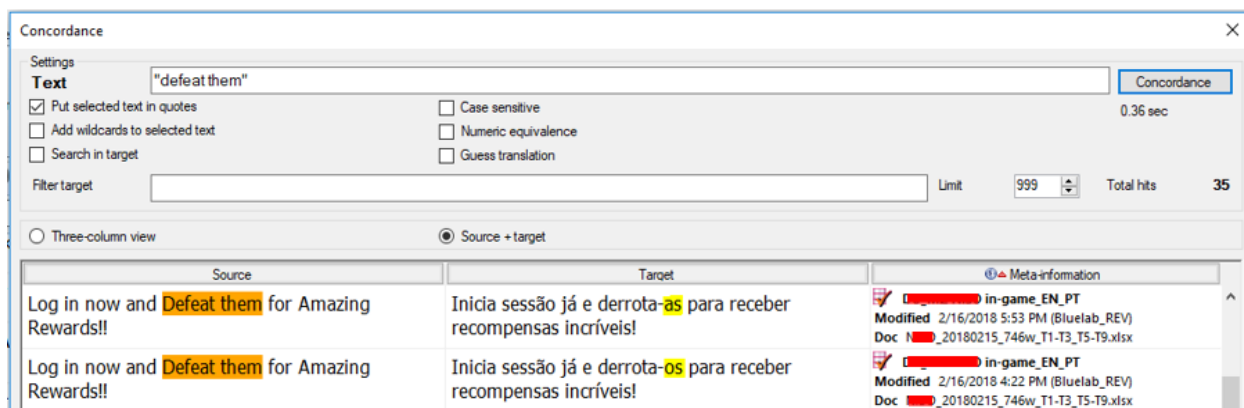


Figura 20

Aqui podemos ver claramente um caso em que, como no inglês *them* significa tanto “eles” como “elas”, não se verifica alteração. No entanto, em português ocorre uma ligeira alteração que

⁹ *HyperText Markup Language* (Linguagem de Marcação de Hipertexto)

induz em erro. Por exemplo, se anteriormente se fala em “tropas inimigas”, seria “derrota-as”, ao passo que se fosse “soldados inimigos”, já seria “derrota-os”.

Nos casos em que não há memória de tradução no programa (por exemplo, se o cliente criar projetos novos no *memoQ* para cada documento e não implementar as memórias de tradução), temos igualmente de pesquisar nos ficheiros anteriormente traduzidos (ou seja, a nossa própria base de dados) para garantir a coerência. Tínhamos ainda acesso a glossários para certos projetos, onde era possível pesquisar os termos.

No caso de haver termos novos para traduzir, fazíamos pesquisas. Para tal, podíamos usar a *internet* (o que acontecia na maioria das vezes) ou livros, dicionários, manuais e outros recursos em papel. Por exemplo, num projeto onde eram recorrentes termos da mitologia nórdica, havia ao nosso dispor um livro sobre o assunto. Ou então, para um projeto onde eram recorrentes passagens bíblicas, foi disponibilizada uma Bíblia, de forma a que as passagens respeitassem sempre a mesma edição (ao invés de usar uma tradução disponível na *internet* que poderia não estar em português europeu, ou não ser uma tradução integral e, assim, não ter todas as passagens necessárias).

Em termos de pesquisa *online*, antes de entrar para a *BlueLab* estava habituada a utilizar o *Linguee* e o *IATE*, uma vez que as traduções que fazia eram maioritariamente técnicas e os resultados destes *sites* são retirados de bases de dados europeias, pelo que são fontes fiáveis. Durante o estágio, em alguns projetos o uso destas ferramentas continuou a ser importante, principalmente num projeto onde constavam frequentemente termos militares (armas, veículos, apetrechos, etc.). Para a componente mais oral, de linguagem mais informal e, por vezes, calão, utilizei o *Reverso Context*. No entanto, tive sempre em atenção que grande parte dos termos estão em português do Brasil e podem não ser adequados ao português europeu. Usei também como recurso o *Priberam* e a *Infopédia* para confirmar o significado dos termos, o *Ciberdúvidas* para questões tanto lexicais como gramaticais e sintáticas e ainda o conversor do acordo ortográfico no site da *Porto Editora*.

Conclusão

Devido às cláusulas de confidencialidade acordadas com os clientes, o relatório apresenta apenas alguns dos vários problemas tradutórios que enfrentei (e ultrapassei) ao longo do período do estágio.

Como acontece em qualquer outra área da tradução, a natureza das questões com que me deparei variou muito. Neste caso, surgiram problemas desde de macroestrutura, que se manifestaram através da formatação dos ficheiros, estruturas textuais, linguagem, etc., até problemas de microestrutura¹⁰, levantados por termos específicos, tanto a nível lexical como semântico, e até de gramática e sintaxe, variando de acordo com os projetos.

A localização, particularmente em Portugal, é uma área recente, o que ainda é mais visível no que toca à localização de videojogos. Assim, ainda não há muitos estudos teóricos e analíticos sobre esta matéria. Este relatório teve o intuito de oferecer uma breve introdução e reflexão sobre as metodologias e abordagens subjacentes à localização de videojogos em Portugal, demonstradas através dos problemas específicos com os quais me deparei e dos exemplos que me foi possível aqui fornecer.

O estágio não só foi uma oportunidade para pôr em prática todos os conhecimentos adquiridos durante o meu percurso académico como também me permitiu aprender mais sobre esta nova área da tradução, alargando a minha perspetiva no que toca a produtos localizados. Grande parte das vezes, o público/cliente não está ciente de todos os elementos que influenciam e condicionam o processo tradutório e as tomadas de decisão do tradutor.

Graças à abrangência do leque de serviços que a *BlueLab* oferece, tive a oportunidade de conhecer o processo completo da localização e não só a tradução, o que veio a complementar a experiência.

Foi possível perceber ainda que a localização é, idealmente, um trabalho de equipa. Para além dos deveres individuais de cada elemento (ter sempre atenção, dedicação e cuidado, fazer todas as pesquisas e confirmações necessárias), é fundamental haver também comunicação e cooperação tanto a nível local (dentro da empresa) como a nível global (com as empresas parceiras e os clientes) para que o produto final seja de máxima excelência.

¹⁰ Michel Charolles define o nível macroestrutural de um texto como correspondente às “relations qui s’établissent entre les séquences consécutives”, ao passo que o nível microestrutural corresponde a “les rapports de cohérence qui s’établissent ou non entre les phrases (successivement ordonnées) de la séquence” (Charolles 1978, 13).

Findo o período do estágio, verifico que os objetivos previamente definidos foram concretizados e que, no seu todo, se tratou de uma experiência enriquecedora, que contribuiu para o meu crescimento profissional. Não só pude praticar tradução num contexto empresarial, como também foi possível explorar uma área previamente desconhecida, aprendendo uma nova realidade que bastante me seduz.

Bibliografia¹¹

- Araújo, Inês, et al. “Os jogos mais jogados pelos alunos do Ensino Básico ao Ensino Superior.” Em *Atas do 2.º Encontro sobre Jogos e Mobile Learning*, editado por Ana Amélia A. Carvalho, Sónia Cruz, Célio Gonçalo Marques, Adelina Moura e Idalina Santos. Braga: CIED, 2014.
- Baker, Mona, e Gabriela Saldanha. *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. 2nd Edition. London & New York: Routledge, 2011.
- Barroso, Ivan. “Odeio as dobragens em videojogos!” *Público*, 23 de Maio de 2014.
- Bateman, Chris. “Meet Bertie the Brain, the world’s first arcade game, built in Toronto.” *Spacing Toronto*. 13 de Agosto de 2014. <http://spacing.ca/toronto/2014/08/13/meet-bertie-brain-worlds-first-arcade-game-built-toronto/>.
- Bernal-Merino, Miguel Á. “Challenges in the translation of video games.” *Revista Tradumàtica – Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació* 05 : Localització de videojocs (2007).
- Bernal-Merino, Miguel Á. “On the translation of Video Games.” *The Journal of Specialised Translation* 6 (2007): 22-36.
- Charolles, Michel. “Introduction aux problèmes de la cohérence des textes.” *Langue Française* (Larousse), 1978: 7-41.
- Entertainment Software Association. “Essential Facts about the Computer and Video Game Industry 2015.” 2015. <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf>.
- Jones, J. B., e L. J. Flint. *The Creative Imperative: School Librarians and Teachers Cultivating Curiosity Together*. Santa Barbara: Libraries Unlimited, 2013.

¹¹ Esta bibliografia segue as normas Chicago (15.ª Edição).

- Lefevere, André. "Translation Studies: The Goal of the Discipline." Em *Literature and Translation: New Perspectives in Literary Studies*, de James S. Holmes, José Lambert e Raymond van den Broeck. Leuven: Acco, 1978.
- Mandelin, Clyde, e Tony Kuchar. *This be book bad translation, video games!* Fungamer, 2017.
- Mangiron, Carmen, e Minako O'Hagan. "Game Localisation: Unleashing Imagination with 'Restricted' Translation." *The Journal of Specialised Translation* 6 (2006).
- Popovič, Anton. *Dictionary for the Analysis of Literary Translation*. Edmonton: Department of Comparative Literature, University of Alberta, 1976.
- Pym, Anthony. "Localization: On its nature, virtues and dangers." *SYNAPS - A Journal of Professional Communication* 17 (2005): 17-25.
- . *The Moving Text: Localization, Translation and Distribution*. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins, 2004.
- Sardone, Nancy, Roberta Devlin-Scherer, e Joseph Martinelli. "Game-Based Instruction in a College Classroom." Em *Handbook of Research on Instructional Systems and Technology*, de Terry T. Kidd e Holim Song. Hershey: IG Global, 2008: 463-475.
- Toury, Gideon. *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Revised Edition. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins, 2012.
- Venuti, Lawrence. *The Translation Studies Reader*. 3rd Edition. London & New York: Routledge, 2012.
- Zagalo, Nelson. "Indústria de Videojogos e Serious Games." *SlideShare*. 30 de Março de 2012. <https://pt.slideshare.net/nzagalo/industria-de-videojogos-e-serious-games>.

Anexos

Anexo I: Ficheiros *in-game* do produto de partida e do produto de chegada





Anexo II: Ficheiros *mkt* do produto de partida e do produto de chegada

